

STUDY KELAYAKAN PRODUK UMKM “KEJU MOCAF” (UMKM “DAPUR KARTIKA” KECAMATAN LAKARSANTRI, KOTA SURABAYA)

Juliani Pudjowati¹, Susi Tri Wahyuni²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Surabaya
email: juliani@ubhara.ac.id¹, susitw@ubhara.ac.id²

Abstrak

Studi Kelayakan Produk UMKM Keju Mocaf (UMKM “Dapur Kartika” (Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya). Pengembangan secara internal menggunakan modal awal dengan tabungan sendiri, melakukan inovasi untuk hasil produksinya, memperluas jaringan pemasaran, dan melengkapi sarana dan prasarana usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah 1. Mengetahui jumlah tenaga kerja saat ini, 2. Mengetahui kondisi dan keuangan dan pembukuan, 3. Mengetahui bahan baku yang diperlukan, 4. Mengetahui proses produksi, 5. Mengetahui strategi pemasaran serta penjualan yang sudah dilakukan. Berdasarkan hasil wawancara, UMKM dan pelaku usaha ekonomi kreatif menunjukkan bahwa usaha perkembangan usaha cukup baik, walaupun sempat mengalami penurunan omset pada awal Covid 19 tetapi sudah normal saat ini, bahkan omset pelaku usaha ekonomi kreatif semakin meningkat sejalan dengan adanya berbagai pelatihan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah.

Kata kunci : Inovasi, UMKM, Studi Kelayakan

Abstract

Feasibility Study of product MSMEs in Surabaya ("Dapur Kartika" MSMEs, Lakarsantri Surabaya) innovates its production results, expands its marketing network, and completes its business facilities and infrastructure. The objectives of this research are 1. Knowing the current number of workers, 2. Knowing the conditions and finances and bookkeeping, 3. Knowing the raw materials needed, 4. Knowing the production process, 5. Knowing the marketing and sales strategies that have been carried out. Based on the results of interviews, MSMEs and creative economy business actors showed that business development efforts were quite good, even though turnover had experienced a decline at the start of Covid 19 but it has now returned to normal, in fact the turnover of creative economy business actors is increasing in line with the various trainings carried out by agencies. government.

Keywords: Product, UMKM, Feasibility Study

PENDAHULUAN

Dusun Sumur Welut Kecamatan Lakarsantri, Kota Surabaya termasuk dusun di daerah Surabaya terdapat UMKM Dapur Kartika yang memproduksi berbagai macam olahan UMKM seperti stick mocaf keju, aneka sambel, dan banyak lagi. UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. Dalam mendukung kegiatan Usaha Kecil Menengah, Pemerintah melakukan dukungan melalui kebijakan agar diharapkan memberikan suntikan kepada UKM agar tidak berhenti di tengah jalan. Tujuan dari penelitian ini terlebih lagi

1. Mengetahui jumlah tenaga kerja saat ini
Jumlah tenaga kerja di Dapur Kartika saat ini hanya dilakukan oleh Ibu Kartika sendiri dan suaminya saja. Segala sesuatu mulai dari pembelian bahan baku, pembelian kemasan, dan juga mengirim produk semua dilakukan sendiri oleh Ibu Kartika dan suaminya.
2. Mengetahui kondisi keuangan dan pembukuan
UMKM Dapur Kartika dari segi keuangan dan pembukuan belum terfokus membuat dan menyusun laporan keuangan. Sehingga laporan keuangan dan keuntungan setiap produknya belum terinci.
3. Mengetahui bahan baku yang diperlukan
Produksi yang dibutuhkan saat proses produksi setelah kita survei dapat dilihat langsung kondisi bahan baku yang digunakan proses pembuatan stick keju mocaf merupakan bahan baku yang premium berbahan dasar tepung mocaf yang berkualitas, menggunakan keju cheddar asli semua bahan yang digunakan aman, higienis dan sangat berkualitas.
4. Mengetahui proses produksi

Produksi Dapur Kartika dilakukan sendiri oleh Ibu Kartika dan suaminya. Mulai dari proses pembelian bahan baku, pembuatan stik keju mocaf dilakukan hanya dilakukan berdua oleh suaminya dengan telaten. Produksi Stick Mocaf keju sendiri membutuhkan ketelatenan yang cukup dan teliti saat proses menggoreng dikarenakan jika menggoreng harus ekstra hati-hati supaya stick keju mocaf tidak patah. Dan membutuhkan waktu yang lumayan lama dikarenakan menggorengnya harus menggunakan api sedang saat menggoreng agar hasilnya bagus dengan warna kecoklatan dan tidak patah saat proses menggoreng selesai. Kemudian setelah proses menggoreng selesai stick keju mocaf dapat di tempatkan ke dalam toples kemudian dilakukan proses kemasan dilabeli dengan sticker stick keju mocaf oleh dapur kartika.

5. Mengetahui strategi pemasaran serta penjualan yang sudah dilakukan

Strategi pemasaran dapur Kartika lebih terfokus ke penjualan secara offline melalui pameran dan juga beberapa orang yang pesan. Strategi pemasaran secara online tidak terlalu berjalan dikarenakan Ibu Kartika sendiri melakukan produksi, pembelian bahan baku sendiri, pengiriman sendiri, desain sticker sendiri, Karena hal itu strategi pemasaran secara online tidak terlalu terfokus karena banyak nya pekerjaan yang dilakukan secara sendiri. Pemasaran secara offline sendiri di Dapur Kartika juga sudah lumayan banyak dan sudah terdapat di berbagai gallery di dalam kota hingga luar kota.

METODE

Tempat atau lokasi penelitian dilakukan di UMKM Dapur Kartika yang beralamat Jl. Sumur Welut, RT. 05 RW. 01, Sumur Welut, Kec. Lakarsantri, Kota Surabaya, Jawa Timur. Alasan utama memilih lokasi penelitian ini adalah peneliti merasa sangat takjub untuk mendalami UMKM ini dikarenakan memiliki banyak produk yang sudah berlegalitas, tetapi tenaga kerjanya hanya beliau dan suami beliau saja. Waktu penelitian dari 30 November sampai dengan 09 Desember 2023.

Penelitian ini menggunakan metode dengan permasalahan secara langsung, yaitu wawancara ke Ibu Kartika agar diperoleh data yang relevan untuk dibahas selanjutnya. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai jumlah tenaga kerja saat ini, mengetahui kondisi keuangan dan pembukuan, Mengetahui bahan baku yang diperlukan, mengetahui proses produksi, dan mengetahui strategi pemasaran serta penjualan yang sudah dilakukan.

Sugiono (2023:91), Mengemukakan bahwa metode dalam analisis perlu adanya hubungan komunikasi secara langsung sesuai dengan pertanyaan apa yang di inginkan dalam hasil data yang diperoleh dalam masa waktu tertentu pada saat pengambilan data, jika belum sesuai maka akan dilakukan wawancara kembali dengan pertanyaan yang sesuai dengan apa yang di inginkan, sampai diperoleh data yang dianggap benar atau dapat dipercaya kebenarannya.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam empat tahapan menurut Miles dan Huberman (1984) dalam Suprayogo dan Tobroni (2001:192):

1. Pengumpulan data, adalah proses mengumpulkan data digunakan untuk mendukung hasil penelitian.
2. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan.
3. Penyajian data adalah kegiatan penyajian sekumpulan informasi dalam bentuk teks naratif yang dibantu dengan metrik, grafik, jaringan, tabel, dan bagan yang bertujuan untuk mempertajam pemahaman peneliti terhadap informasi yang diperoleh.
4. Penarikan kesimpulan adalah mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang ada teruji validasinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan kegiatan survey UMKM di Dapur Kartika dengan menemui pemiliknya yaitu Ibu Kartika untuk mengetahui bagaimana keadaan UMKM dan apa yang dibutuhkan UMKM Dapur Kartika untuk pengembangan usahanya. Hasil Survey setelah mendatangi langsung di UMKM Dapur Kartika yaitu UMKM Dapur Kartika memerlukan pendampingan untuk pembuatan desain merk dagang berupa sticker label produk kemasan, pemasaran berbasis E-commerce dikarenakan tidak ada pemahaman terkait E-commerce dan pembuatan laporan keuangan.

UMKM Dapur Kartika sebelum adanya survey masih ada beberapa produk yang desain dan editan kemasan sticker yang belum diperbarui sehingga itu kekurangan dari segi desain kemasan yang

menurut Ibu Kartika sendiri kurang menarik karena editan dari desain kemasan. Dapur Kartika menjual produk stick keju mocaf dengan kemasan yang menarik ditempatkan di toples panjang ukuran 1300ml dengan berat 350gram per toples kemasan.



Gambar 1 produk kemasan stick keju mocaf

Hasil dari survey UMKM Dapur Kartika pemasaran dengan E-commerce adalah dengan adanya pembuatan akun seperti di shoppe, gofood, lazada, tokopedia, dan lain sebagainya. Untuk mempermudah UMKM Dapur Kartika memasarkan bukan hanya di sekitar area Surabaya dan Jogja saja tetapi lebih dikenal luas oleh seluruh masyarakat Indonesia, atau bahkan bisa dikirimkan ke Luar Negeri. Pemasaran di media social dan E-commerce juga sangat membantu pemasaran UMKM Dapur Kartika jika dikelola dengan menggunakan media social dan e commerce dan menambah tenaga kerja untuk mengurus bagian pemasarannya. Pemasaran dengan media sosial seperti facebook, instagram, dan tiktok akan lebih memudahkan UMKM Dapur Kartika karena di media social juga ada Mitra gabungan kuliner di berbagai macam daerah. Setelah adanya pemasaran berbasis e commerce, UMKM Dapur Kartika akan lebih meningkat penjualan hingga sebesar 40% saat melakukan strategi pemasaran melalui media social dan E-commerce.



Gambar 2 Dokumentasi Kegiatan

UMKM Dapur Kartika tidak memiliki catatan laporan keuangan serta nota nota yang tidak diperhitungkan secara detail sehingga mengakibatkan UMKM Dapur Kartika ini tidak dapat mengetahui keuntungan atau laba dari penjualannya, hanya berfikir penting untung tapi tidak mengetahui keuntungan per produknya/per (pcs) berapa. Agar UMKM Dapur Kartika bisa membuat laporan keuangan maka diberikan sosialisasi dan pendampingan untuk pembuatan laporan keuangan. Hasilnya adalah pembuatan pencatatan laporan keuangan sederhana UMKM Dapur Kartika. Rekap penjualan dan pembelian dicatat dengan menggunakan format yang sangat sederhana dan mudah diterapkan oleh Ibu Kartika. Dengan adanya pencatatan laporan keuangan Ibu Kartika sudah bisa dengan mudah mengetahui keuntungan penjualan, barang masuk, keuntungan serta aset yang dimiliki UMKM Dapur Kartika.

SIMPULAN

UMKM ini memang sudah berjalan dan bertahan selama 5 tahun namun untuk administrasi belum tertata. Perlu adanya perbaikan dalam UMKM ini, menyusun laporan keuangan untuk mengetahui keuntungan selama satu periode supaya bisa melakukan evaluasi bagi UMKM ini kedepannya. Pemasaran juga perlu ditingkatkan terutama secara online untuk mengenalkan produk bagi khalayak ramai. Jika UMKM ini selama 2-3 tahun kedepan tidak adanya laporan keuangan kemungkinan UMKM ini akan stuck pada titik ini atau dalam istilah lain jalan ditempat. Karena untuk

bisa ekspansi usaha perlu diketahui dahulu keuntungan dari tahun ke tahun apakah meningkat dan berapa persen dari keuntungan tersebut harus digunakan untuk ekspansi usaha.

SARAN

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, maka disarankan bagi UMKM Dapur Kartika melakukan kerjasama dengan pihak perbankan atau pembiayaan usaha mikro yang bertujuan ada tambahan modal dengan tingkat bunga kecil. Dan yang kedua perlu kerjasama dengan dinas terkait untuk memberikan fasilitas pelatihan. demi keberlanjutan usaha kedepannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sangat menghargai dedikasi dan kerja keras yang telah diberikan oleh tim untuk mengeksplorasi serta menggali potensi UMKM yang dikelola ibu Kartika, serta tak lupa disampaikan kepada rekan mahasiswa Delvi Oktaviani, Siti Khoti'ah, Octavianti Elvandira Diana Pratiwi yang membantu dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat terselenggarakan dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy, R. (2006). Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gaol, L, J. (2008). Sistem Informasi Manajemen Pemahaman dan Aplikasi. Penerbit PT Grasindo.
- Hadiyati, E. (2008). Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Gajayana, 5(1).
- Jogiyanto, H. M. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Andi Offset.
- Kasmi, & Candra. (2017). Penerapan E-Commetce Berbasis Business to Consumers untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara V, 15(2), 109–116.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Impelmentasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|, 29(1), 1–9.
- Sugiyono,2023, Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif